

## ФОРМУВАННЯ ФРЕЙМУ «РЕСУРСНОГО ПОЛЯ»

*В даній статті дається аналіз поняття та сутності фрейму, вивчається процес рамкового аналізу політичних дій, оскільки саме він дозволяє виявити маніпулювання громадською думкою та визначити ресурсне поле в тих випадках, коли у повідомленнях мас-медіа має місце фреймінг.*

У будь-якій предметній області є свої поняття і зв'язки між ними, своя термінологія, закони, які пов'язують між собою об'єкти даних предметної галузі, свої процеси і події. Крім того, кожна предметна галузь має свої методи розв'язання задач. Вирішуючи такі завдання можна використовувати такі моделі, які містять основні характеристики предметних галузей. Вони поділяються на типи за формальними моделями представлення знань. Різні автори по-різному ці моделі

класифікують. Взагалі, їх чотири: продукційні моделі; логічні моделі; мережеві моделі та фреймові моделі

Фрейм – це мінімально можливий опис сутності якої-небудь події, ситуації, процесу або об'єкта. Існує й інше розуміння фрейму – це асоціативний список атрибутів. Поняття мінімально можливе означає, що при подальшому спрощенні опису втрачається його повнота, і воно перестає визначати ту одиницю знань, для якої було призначено. Представлення знань за допомогою фреймів розуміється як один зі засобів представлення знань про ситуації. Фрейм має ім'я (назву) і складається зі слотів. Слоти – це незаповнені (нульові) позиції фрейму. Якщо у фрейма всі слоти заповнені – це опис конкретної ситуації. У перекладі з англійської слово «фрейм» означає «рамка», а слово «слот» – «щілину». На відміну від моделей інших типів у фреймових моделях фіксується жорстка структура інформаційних одиниць, яка називається протофреймом.

Framing analysis («рамковий аналіз») є порівняно молодим методом в арсеналі теорії масових комунікацій, тому навіть основний його термін «framing» («рамкування») ще не має загальноприйнятого визначення. Втім, більшість західних дослідників сходяться на думці, що одним із найкращих є пояснення Роберта Ентмана, згідно з яким англійське дієслово-термін «to frame» у цьому випадку означає «вибирати певні аспекти реальності та робити їх більш помітними у комунікованому тексті, популяризуючи таким чином певне визначення проблеми, інтерпретацію її причин, моральну оцінку та можливе її розв'язання» [2]. І хоч на перший погляд фреймінг може нагадувати agenda setting, та все ж між ними є суттєва різниця: agenda setting передбачає, що мас-медіа висвітлюють одні та ігнорують інші події, тоді як фреймінг має на увазі, що засоби масової інформації, висвітлюючи певну подію, ігнорують деякі її сторони, у той же самий час наголошуючи на інших.

На рамковому аналізі варто зупинитися й розглянути цей метод детальніше, оскільки саме він дозволяє виявити маніпулювання громадською думкою у тих випадках, коли у повідомленнях мас-медіа має місце фреймінг. Такі дослідження є досить важкими, оскільки виявити фреймінг складніше за agenda setting. Витоки цієї методології знаходимо на початку 1970-х років, і її піонером був Гофман, який вважав, що коли індивідуум упізнає певну подію, його реакція на неї скоріш за все буде обмежена рамками або схемами інтерпретації, які він називав «первинними рамками» (primary frameworks) [3]. Усі первинні рамки тієї чи іншої соціальної групи є центральним елементом її культури. Наприкінці 1970-х Такман розвинула ідеї Гофмана: «Рамки (frames)

перетворюють незрозумілий гепенінг або аморфну бесіду на очевидну подію. Новинні рамки (news frame) водночас організовують щоденну реальність і є її частиною і упакуванням».

У 1980-х «рамки» вже сприймалися як «медіа-пакування, центральною організаційною ідеєю яких є розуміння відповідних подій». Такі «пакування» мали успіх у медіа-дискурсі завдяки комбінації культурного резонансу, дій автора та відповідності до норм і практики засобів масової інформації. У 1990-х framing analysis дістав потужний поштовх у розвитку завдяки Ентману, який прояснив його термінологію та методологію. Зокрема, він визначив «рамки» як «схеми обробки інформації, які мають місце в особливостях новинного тексту і які підсилюють специфічне сприйняття та розуміння подій. Новинні рамки (news frames) творяться з та втілюються у ключових словах, метафорах, концепціях, символах та візуальних образах, які підкреслюються у тексті новин». Ці компоненти «рамок» часто збігаються з усталеним у суспільстві дискурсом і формують такий спосіб мислення про певну подію, який вже знайомий аудиторії з попереднього досвіду.

Щоб зрозуміти, як працюють «рамки», треба пояснити ще такі концепції, як «видимість», «форматування» та «важливість». «Рамки» висвітлюють певну інформацію про об'єкти повідомлення, надаючи їм таким чином «видимості», тобто роблячи їх більш помітними, зрозумілими й такими, що запам'ятовується. Більш «видимою» інформацію можна зробити, помістивши її на початку чи в кінці тексту, а також часто повторюючи її або асоціюючи з культурно подібними символами. «Форматування» є суттю фреймінгу – це перебільшення або применшення елементів зображуваної реальності для більшої чи меншої «видимості». Окрім слів та образів, використаних для зображення реальності, велике значення має також «важливість» – те, наскільки багато інформації про подію і на якому місці (на першій чи передостанній шпальті) подає засіб масової інформації.

Отже, рамковий аналіз є таким типом нарративного контент-аналізу, у якому дослідник вивчає текст, щоб ідентифікувати «рамки» та виявити риторику журналіста чи медіа-організації, а саме – чи відіграє їхній текст політичну роль. В ідеалі, такий аналіз визначає, як «рамки» впроваджуються в новини політичними акторами, як журналісти їх використовують у написанні текстів і як аудиторія інтерпретує ці «рамки». Карагі та Роефс вивчають рамковий аналіз у зв'язку з ідеологічною роллю засобів масової інформації, оскільки вивчення процесів фреймінгу дозволяє знайти зв'язок між новинами та поділом влади у суспільстві (на їхню думку, «рамки» – це відбитки влади).

Методологія рамкового аналізу включає два типи джерел (або інструментів) – логічні інструменти (reasoning devices) та інструменти фреймінгу (framing devices). Перші пояснюють подію, а другі її характеризують. Отже, логічні інструменти надають пояснення або причину основної позиції: це так зване «коріння події» (інтерпретація причин події), її наслідки та принциповість. Інструменти фреймінгу включають: джерела (всі особи, які були процитовані у тексті); ключові слова (ті, що з'являються у заголовку, а потім повторюються у тексті; слова, що мають велику «видимість» через їхнє розміщення у тексті або культурний резонанс із аудиторією); метафори; підстава (особа чи група осіб, які ідентифікуються як причина проблеми або її вирішення).

Фрейм – це точка зору, рамка, скрізь яку людина сприймає та інтерпретує світ. Але, в теорії фреймів це – точка зору колективного суб'єкту, який готується до колективної дії або вже приймає в ній участь. Хоча, поняття фрейму було введено в науковий обіг І. Гоффманом, в політології всі концепції фреймінгу виходять з класичної роботи Д. Сноу і Р. Бедфорда, згідно з якою фрейми це суть інтерпретативних схем, які спрощують зовнішній образ світу за допомогою виборчих акцентів та кодування об'єктів, досвіду, і послідовності дій. Говорячи словами Гоффмана, фрейми дозволяють індивідам локалізувати, сприймати, ідентифікувати і позначати події всередині їх світу та за його межами [3]. Акцентування означає виділення деякої події чи конфлікту як особливо значущих, але саме як несправедливих, нетолерантних, в кінцевому рахунку таких, які неможливо терпіти.

Звідси фрейм-аналіз тісно пов'язаний з двома іншими теоретичними конструктами: теоріями дискурсу та мобілізації ресурсів. Дійсно, точка зору може бути сформована тільки в результаті тривалого і глибокого обговорення проблеми, при чому промовляння відкритого та публічного. Таке обговорювання і є дискурс, проте він відрізняється від діалогу тим, що: в нього є мета або установка, наприклад, домовитися або знищити противника; специфічний обертон, наприклад, войовничий, мілітаристський або ж націлений на пошук компромісу; характер дискурсу залежить від свого середовища існування, яким й продукується. Однак, це середовище, яке і основою для появи фреймів, само їх не створює, для цього потрібен який-небудь активний початок, тобто колективний соціальний актор, який з цього будівельного матеріалу конструює свої загальні та специфічні фрейми. Так, Ю. Хабермас вважає, що дискурс розглядається як форма комунікації, в рамках якої відбувається колективна рефлексія і приречення передумов соціального буття [1, с. 34]. Центральною особливістю дискурсів є обмін

аргументами в порядку відповіді на питання, що виникають в процесі вирішення соціально значущих проблем. Інакше кажучи, саме система аргументації перетворює комунікацію в дискурс.

Так само, як і контекст колективної соціальної дії, загальні та специфічні фрейми формуються «в» і «для» різних типів контексту. Головні фрейми виконують ту ж функцію як і специфічні фрейми деякого соціального руху, але роблять це в більшому масштабі. Іншими словами, вони теж є засобами пунктуації, атрибуції та артикуляції, але їх пунктуація, атрибуція та артикуляція можуть забарвлювати та підсилювати або, навпаки, стримувати дії тих чи інших організацій руху. Головні фрейми відносяться до фреймів конкретних колективних дій як парадигми до закінчених теоретичних концепцій [2, с. 89].

Головні фрейми відіграють важливу роль в самому факті виникнення деякого соціального руху, його програмуванні та визначенні сценарію його дій. Деякі автори практично ототожнюють головний фрейм з ідеологією, тоді як мікро – фрейми визначаються ними як індивідуальні системи переконань.

Інші автори надають мікро-фреймам самостійне значення. Так, значна частина індивідуального досвіду зберігається в пам'яті індивідів у вигляді мікро-фреймів. Так, будь-яка активність індивіда щодо їх формування – це праця по створенню індивідуальних схем інтерпретації того, що відбувається, – тобто, процес формування фрейму будь-якого соціального руху починається з мікроаналізу. Структура мікро-фрейма завжди відповідає ситуації, яку він репрезентує. Від переконливості (потужності) мікро-фрейма залежить, чи може він бути звернений тільки до активістів даного руху,

Щоб мобілізувати населення на колективну дію, необхідно сформувати у свідомості його активістів, групи підтримки і співчуваючих образ того, що сталося як конфлікт або ситуацію, неприйнятну в даному суспільстві або співтоваристві з певною культурою і сукупністю соціальних норм і мотивувати людей до участі в конкретних діях та нейтралізувати опонентів. Для цього в рамках головного фрейму необхідно сформувати ряд інших, більш конкретних фреймів колективної дії, а саме: діагностичний, мобілізаційний та прогностичний. Діагностична атрибуція стосується ідентифікації проблеми, тоді як прогностична – орієнтована на її рішення.

Також, вводиться поняття «ринку» дискурсів і виникаючих фреймів, тобто їх конкуренції на публічному просторі з метою завоювання потенційних прихильників руху.

З точки зору культури, фреймінг є концепцією, яка пов'язує пізнання і культуру. Культура показує, що наш політичний світ вже

«фреймований», що події, про які нам повідомляють <медіа> вже препаровані і упаковані, тобто ми не можемо отримувати їх у первинному вигляді. За цією логікою, мобілізаційні фрейми носять «емерджентний», тобто непостійний, сформований для даної ситуації, наприклад, для досягнення цілей руху або конкретної масової кампанії, характер. Якщо ці фрейми успішні, тобто працюють тривалий час, то вони можуть закріплюватися як політичні уподобання та соціальні норми, а потім – і як культурні норми і коди. Щоб такі мобілізаційні фрейми закріплювалися, вони повинні відповідати якимось очікуванням потенційних учасників руху.

Завдання лідерів руху зрозуміти, яким чином пізнавальні фрейми його окремих учасників поєднуються з ідеологією (ідеологічним фреймом) руху. Це є важливими, тому що фрейми руху та встановлення його потенційних учасників можуть як рухливими, так і стабільними, що залежить від цілей тих і інших і змін в контексті. Так, можна виділити чотири типи маніпуляцій з фреймами : об'єднання (східних фреймів), їх трансформація, посилення і розширення (поля дії) деякого фрейму.

Коли мова йде про об'єднання, то йдеться про встановлення зв'язку двох або більше ідеологічно східних, але структурно не зв'язаних фреймів, що відносяться до конкретної проблеми або мети. Це як би один «полос» дихотомії. На іншому полюсі знаходиться трансформація фрейму. Це відбувається тоді, коли рух має намір висунути абсолютно новий пакет ідей. Практично це означає, що нові цінності можуть бути сформульовані, старі цінності або трактування подій чи процесів відкинуті, а помилкові вірування і погляди переглянуті. Між цими полюсами знаходяться два опосередкованих процеси. Один – це прояснення, уточнення і надання більшої переконливості і сили існуючим фреймам, що стосуються конкретної проблеми або конфлікту. Другий – це поширення впливу деякого фрейму на більш широку аудиторію потенційних прихильників руху.

Фрейми «ресурсного поля» і «середовища життя» знаходяться в українському культурному полі в непримиренній суперечності, і між ними не існує «м'яких прокладок» у вигляді фреймів – посередників», а є мертва зона фреймів – дій : залякування і насильство.

У фрейма «середовища життя» є власні проблеми. З одного боку, не тільки поняття якості життя запозичене з Заходу, а й вся теорія фреймінгу. З іншого, нестійкість реальних українських фреймів детерміновані залежністю від Заходу, так і від розуміння базових прав і свобод.

Удаваний загальний консенсусний фрейм, знаходиться в протифазі з фреймом конфліктним, проявляється як в прихованому невдоволенні й соціальної напруженості, так і у все більш частих акціях соціального протесту. Але, ці протести поки носять локальний характер, тому, що в них немає спільного культурного багажу, загальної культурної планки, для чого потрібні не тільки лідери протестних акцій, але утворені і думаючі політики-професіонали, які дійсно стурбовані долею своєї країни.

Важливим моментом також є все більша розбіжність і видалення одного фрейму від іншого, який є меншим. Це – фрейми різних світів життя, які ніколи не стикаються один з одним. В одному вони подібні: обидва апелюють до стабільності, але кожна сторона розуміє її по-своєму: перший, що можна як і раніше робити, що хочеш, і не відповідати ні за що, а другий мріє про те, щоб завтра не було ще гірше.

В нашому суспільстві головним принципом керівництва країною є «ручне управління» – а це – маніпуляція символами. Канали комунікації можна перемикає нескінченно, але в підсумку існує тільки один ефект: наркотизація інформацією, в кращому випадку суспільство демобілізується.

Кризи та катастрофи в нашому суспільстві набули перманентного характеру. В даному випадку діють головні та мобілізаційні фрейми, і мають вони дуже важливе значення – це заклики, гасла і т. п.

Інший важливий момент – це проблема «резонансу». Якщо ідея (фрейм) самоорганізації спільнот є співзвучною українському громадянському суспільству, то ніякого резонансу у великого бізнесу чи в лавах політичного класу вона не отримала. Останнього, як завжди турбувало тільки одне: щоб низовий фрейм самоорганізації, який він навчився легко придушувати, чи не трансформувався б у мобілізаційний фрейм мас, націлений на політичні зміни в країні.

Тепер – про лідерів політичних катастроф, тобто тих членів громадянського суспільства, які працюють за ідею. Лідери працюють в понадмобілізаційному режимі, оскільки вже не вони, а контекст, тобто розвиток стихійного лиха, диктувало їм гасла і форми колективної дії. Криза – це момент для перевірки життєстійкості лідера руху. Лідери не тільки керують та направляють, але й самі йдуть в народ в якості волонтерів. Таким чином, виникає мережа емерджентних лідерів поза рамками будь-якого руху. Це означає, що в суспільстві є небайдужі громадяни готові (і здатні) взяти на себе відповідальність за події, що відбуваються у суспільстві, при цьому – за допомогою вкладення особистих сил і засобів і навіть з ризиком для життя. Західні науковці називають таких громадян – експертами, оскільки

вони не тільки багатофункціональні, але і здатні надавати адресну професійну допомогу. Криза, на деякий час знімає (або принаймні знижує) бюрократичні бар'єри, які створені на шляху до самоорганізації населення. Більше, того, як виявилось, деякі політичні лідери, які бувають періодично в місцях кризи, діють набагато ефективніше, ніж ті організації, яким було покладено надавати допомогу населенню за законом.

Таким чином, можна сказати, що фреймінг – це процес осмислення і організації людського досвіду. Фрейми – результати його кристалізації. Але, одночасно, фрейми це інструменти, за допомогою яких індивід чи колективний актор будують стратегію і тактику соціально-політичної дії і обирає адекватний момент засобу впливу на ситуацію або політичний конфлікт.

***Бібліографічний список***

1. Хабермас Ю. Демократия. Разум. Нравственность / Ю. Хабермас. – М. : Наука, 1992. – 176 с.
2. Яноу Д. Фреймы политического: от фрейм-анализа к анализу фрейм-мирования / Д. Яноу, М. Хульст // Социологическое обозрение. – 2011. – Т. 10. – № 1 – 2. – С. 83 – 113.
3. Bennett W. L. Mediated Politics: Communication in the Future of Democracy / Bennett W. L. and Entman R. M. – Cambridge, 2001.
4. Goffman I. Presentation of self in everyday life / I. Goffman. – М. : Канон-Пресс-Ц; Кучково поле, 2000.

*В данной статье дается анализ понятия и сущности фрейма, изучается процесс рамочного анализа политических действий, поскольку именно он позволяет выявить манипулирование общественным мнением и определить ресурсное поле в тех случаях, когда в сообщениях СМИ имеет место фрейминг.*

*This article analyzes the concept and essence of the frame, studied process of framework analysis of political action, since it allows to detect manipulation of public opinion and to determine resource field in cases when media reports have the framing.*

Стаття надійшла до редколегії 25.10.2013